

海津市民の

買物動向調査報告書

平成26年2月

海津市産業経済部商工観光課

はじめに



全国の中心市街地は、経営者の高齢化、後継者難、駐車場不足などによる廃業も相次ぎ、シャッターを下ろす店舗が増加し、中心商店街や市街地の衰退に拍車がかかっています。本市の商店街である高須や今尾商店街も例外ではなく、昔に比べて衰退の一途を辿っています。その結果、これまで商店街が果たしていたコミュニティ機能は衰え、伝統・文化の継承が困難となりつつあるとともに、高齢化社会を迎え利用者の中心であるお年寄りをはじめ一人で長距離の移動が困難な

社会的弱者の方々の身近な買物の場が縮小しています。

このような状況の中、国の方針としてこれからのまちづくりの基本を行政、医療、教育施設、商店等の都市機能を再び都市中心部に集め、人口減少時代の定住先としての魅力を高めることを目途とし、歩いて暮らせるまちづくりを基本として本市のような非線引き都市計画区域の用途地域以外の地域については、既存商店の振興を基本として大規模集客施設は原則立地困難にするなどの措置が図られています。

本調査報告書は、こうした社会環境の変化を見据え、消費者の買物動向やニーズを把握し、今後の経営支援、地域活性化に役立てるための基礎資料として、本市の買物動向調査を実施したものです。

本市では、この調査結果を今後の本市の商店街の活性化を図るための基礎資料として活用してまいります。商店経営者におかれましても、ここから浮かび上がってきた消費傾向を理解した上で活用していただき、商業が発展し、いきいきと活力に溢れた魅力あるまちを実現する際にいささかでも参考になれば幸いです。

なお、調査に協力していただきました多数の市民の皆さま方には改めて感謝申し上げます。

平成26年2月

海津市長

松永清彦

目 次

I	調査の概要	1
1-1	調査の目的及び方法	1
(1)	背景・目的	1
(2)	調査期日	1
(3)	調査実施方法	1
(4)	調査内容	1
(5)	回収状況	2
1-2	誤差の検定	2
II	回答者の属性	3
2-1	回答者の個人属性	3
(1)	居住地	3
(2)	性別	3
(3)	年齢	3
(4)	職業	4
2-2	回答者の世帯属性	5
(1)	家族人数	5
(2)	家族構成	5
(3)	車の所有状況	6
III	住民の購買行動の実態	8
3-1	買物場所	8
(1)	買回品	8
(2)	準買回品	9
(3)	最寄品	10
(4)	贈答品	11
3-2	店舗の種類	12
3-3	買物先選択理由	17
(1)	総合分析	17
(2)	品目別買物場所別分析	21
3-4	5年前との買物場所の変化	24

IV	商店・商店街の評価	27
4-1	大型店の利用頻度	27
4-2	市内商店街の利用状況	30
(1)	商店街利用状況	30
(2)	利用頻度	31
4-3	地元商店・商店街の評価	33
(1)	商店・商店街減少の評価	33
(2)	市内商店の評価	34
4-4	近隣商店への要望	42
4-5	近隣商店街への要望	46
4-6	買物時の車利用	49
V	まとめ	51
	《参考資料》	53
	買物動向調査票	53